

**WSPÓŁCZESNE
OBLICZA
PRZESZŁOŚCI**

WSPÓŁCZESNE OBLICZA PRZESZŁOŚCI

Redakcja

Arkadiusz Marciniak,
Danuta Minta-Tworzowska,
Michał Pawleta



Poznań 2011
Wydawnictwo Poznańskie

“This project has been funded with support from the European Commission (“Culture” 2007–2013 programme). This publication reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein”.

„Niniejszy projekt został zrealizowany dzięki finansowemu wsparciu Komisji Europejskiej (Program Kultura 2007–2013). Publikacja odzwierciedla wyłącznie stanowisko ich autorów, Komisja Europejska nie ponosi zaś odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w tejże publikacji”

Fotografia na pierwszej stronie okładki: Robert Demarczyk

Tłumaczenie abstraktów i streszczeń z j. polskiego na angielski oraz korekta tekstów angielskich: Joanna Haracz-Lewandowska za wyjątkiem tekstu 1 (Wprowadzenie) – Arkadiusz Marciniak

Tłumaczenie abstraktów i streszczeń z j. angielskiego na polski: Dariusz Błaszczyk



Recenzenci
prof. dr hab. Włodzimierz Rączkowski
prof. dr hab. Jacek Woźny

Redakcja

ISBN

Spis treści

<i>Arkadiusz Marciniak, Danuta Minta-Tworzowska, Michał Pawleta</i>	
Współczesne oblicza przeszłości. Wprowadzenie.	9
(Contemporary faces of the past. An introduction — summary)	21

OBRAZY PRZESZŁOŚCI W PRAKTYCE ARCHEOLOGICZNEJ. PODSTAWY TEORETYCZNE

<i>Henryk Mamzer</i>	
O archeologicznej autokreacji.	25
(On archaeological self-creation — summary)	37
<i>Danuta Minta-Tworzowska</i>	
Człowiek i rzecz w perspektywie archeologicznej (czyli rzecz w perspektywie antropocentrycznej)	39
(Man and thing in archaeological perspective [or thing in anthropocentric perspective] — summary)	59
<i>Sławomir Kadrow</i>	
Mitologizacyjny charakter teorii migracjonistycznych w archeologii — wybrane zagadnienia	63
(The myth of migrationist theories in archaeology — selected aspects — summary) .	78

OBRAZY PRZESZŁOŚCI W NARRACJACH TERAŹNIEJSZOŚCI

<i>Michał Pawleta</i>	
Przeszłość we współczesności	83
(The past in the present — summary)	100
<i>Bogusław Gediga</i>	
Zmienność w obrazowaniu przeszłości	103
(Changeability in presentation of the past — summary)	112

<i>Anna Zalewska</i>	
Archeologiczny „palimpsest” jako specyficzna postać interakcji terażniejszości Z... ..	115
(Archaeological „palimpsest” as a specific form of the present interacting with... — summary).....	130
<i>Dawid Kobiątka</i>	
Społeczny wizerunek archeologii — o rzeczywistości w fikcji	133
(The social face of archaeology — on reality in fiction — summary)	146
<i>Nina Schücker</i>	
The faces of Arminius: The Battle of Teutoburg Forest in the German public .	149
(Oblicza Arminiusza: Bitwa w Lesie Teutoburskim w odbiorze niemieckiej opinii pub- licznej — streszczenie)	173

OBRAZY PRZESZŁOŚCI I ICH SPOŁECZNA KONSUMPCJA

<i>Lech Czerniak</i>	
Dla kogo są wykopaliska? Profesjonaliści i społeczeństwo	177
(Who are excavations for? Professionals and society — summary)	185
<i>Anna Grossman</i>	
Społeczne oczekiwania a rzeczywiste potrzeby ochrony dziedzictwa kulturowe- go w Biskupinie	187
(Social expectations versus actual needs of cultural heritage protection in Bisku- pin — summary)	201
<i>Anna Grossman, Wojciech Piotrowski</i>	
Rezerwat archeologiczny w Biskupinie. Czas transformacji	205
(An open-air archaeological museum in Biskupin. A time of transformation — summa- ry)	214
<i>Jarosław M. Fraś, Marek Skubisz, Marek Materna</i>	
Osada VI Oraczy w Bochni — archeologia w służbie turystyki	217
(Osada VI Oraczy in Bochnia — archaeology in the service of tourism — summary)	227
<i>Michał Pawleta</i>	
Odległa przeszłość w życiu współczesnego człowieka. Przypadek góry Ślęży ..	231
(On the role of a [distant] past in a life of present-day people: a case study of Ślęża Mountain — summary)	251
<i>Kostas Kasvikis, Eleutheria Theodoroudi, Aggeliki Tsopela, Kostas Kotsakis</i>	
Making alternative meanings from the past: approaches to cultural diversity in Greek museums	253
(Tworzenie alternatywnych znaczeń z przeszłości: różne podejścia do różnorodności kul- turowej w greckich muzeach — streszczenie)	264

<i>Piotr Maliński</i>	
Wybrane aspekty społecznego odbioru archeologii na sudańskiej prowincji. Badania etnologiczne nad ekspresją plastyczną dzieci z plemienia Manasir . . .	267
(Selected aspects of the social perception of archaeology in the Sudanese province. Ethnological surveys on artistic creativity among the Manasir children — summary) . . .	283
<i>Małgorzata Trelka</i>	
Korzyści społeczne popularyzacji archeologii na przykładzie Gdańska	287
(Presenting archaeology to benefit communities — developing Gdańsk as a case study — summary)	301
<i>Rafał Zapłata</i>	
Przeszłość w dobie technologii cyfrowych — cyfrowe oblicza przeszłości	305
(The past in the era of digital technology — the digital face of the past — summary).	320
<i>Agnieszka Mączyńska</i>	
Archeologia i media — małżeństwo z rozsądku	323
(Archaeology and the media — a marriage of convenience — summary)	330

Spółeczny wizerunek archeologii – o rzeczywistości w fikcji

Abstrakt: Artykuł dotyka zagadnienia społecznego wizerunku archeologa. Problem tego, jak mass media (a szczególnie telewizja i kino) zniekształcają obraz archeologa, interesuje badaczy przeszłości nie od dziś (np. Ascherson 2004; Jordan 1981). Wydaje się sprawą oczywistą, że analiza tego społecznego, zasadniczo stereotypowego obrazu archeologa ukazuje, co w takim przedstawieniu jest rzeczywistością, a co fikcją. Ujmując to inaczej, nie wydaje się pytaniem nastrożającym wiele problemów oddzielenie prawdy od fałszu w społecznym wizerunku archeologa. Pytanie postawione w artykule jest jednak następujące: co jeśli sprawy nie są aż tak oczywiste i klarowne, jak się wydają na pierwszy rzut oka? By ująć obraz archeologii w nowym świetle, proponuję, by archeologia zwróciła więcej uwagi nie tylko na to, jak jest prezentowana w kinie, ale również zapytała, co daje ujęcie archeologii przez kino. Taki ruch w zamysle ma postawić w innej pozycji status stereotypowego wizerunku archeologa. Głównym punktem odniesienia w tekście jest film pt. *Matrix* (1999) braci Wachowskich oraz pewne idee słoweńskiego filozofa i krytyka kultury Slavoj Žižka.

Słowa kluczowe: Indiana Jones, Lara Croft, wizerunek archeologii, symptom, fantazja

Abstract: The article is concerned with the issue of the social image of the archaeologist. The way the mass media (especially television and cinema) distorts the image of the archaeologist has been an area of interest to archaeologists for some time (e.g., Ascherson 2004; Jordan 1981). The analysis of this social, basically stereotypical, image of the archaeologist seems to be a rather obvious issue — what is reality in this image and what is fiction. In other words, it does not seem to be a question which causes many problems in the separation of truth from falsehood in the social image of the archaeologist. The question raised in this article is, however, the following: what if the issue is not as obvious and clear as it first seems? To shed new light on the image in archaeology I suggest that archaeology pays more attention not only to how it is presented in cinema, but also asks what the depiction of archaeology through cinema gives. This is intended to place the status of the stereotypical image of the archaeologist in a different position. The film “The Matrix” (1999) by the Wachowski brothers and certain ideas of the Slovenian philosopher Slavoj Žižek serve as the main points of reference for this text.

Keywords: Indiana Jones, Lara Croft, image of archaeology, symptom, fantasy

Czym jest tytułowa rzeczywistość w fikcji? Nie będzie to po prostu rzeczywistość ani tym bardziej fikcja potocznie rozumiana jako fałsz. Rzeczywistość w fikcji to enigmatyczna cecha kina (filmu) jako takiego. To obraz, który w codzienności jest niezauważalny albo pomijany. Kino ma tę zdolność do egzageracji pewnych zjawisk, problemów

czy fenomenów kulturowych, którą nie dysponują w takim stopniu inne sztuki. Dlatego też Slavoj Žižek, pisząc m.in. o kondycji współczesnego świata, o ideologii, tak permanentnie odwołuje się do kina. To właśnie ono ma przedstawiać to, co jest nadal niezauważalne czy też mało czytelne. Weźmy pod uwagę chociażby ostatnią galę Oscarów. *Avatar* (2009), stworzona z wielkim rozmachem produkcja Jamesa Camerona, która kosztowała niemalże 500 mln dolarów, została zdeklasowana przez „niskobudżetowy” film o amerykańskich żołnierzach rozbijających bomby w Iraku. To właśnie *The Hurt Locker* (2009) Kataryn Bigelow, a nie *Avatar* został nagrodzony sześcioma Oscarami. Niektórzy się zachwycali: jurorzy postawili na prawdziwe kino, grę aktorską a nie stworzony przez programistów komputerowych świat *Avatara*, jurorzy docenili film o prawdziwych ludziach pomagających bronić bezbronnych Irakijczyków, a nie wirtualne postacie.

Czy taki zachwyt jest uzasadniony, czy przedstawia sprawy takimi, jakimi są? Wątpliwe. Słusznie zatem stwierdza Žižek (2010), iż:

jednak powinniśmy zawsze pamiętać, że zwięzła, realistyczna prezentacja absurdów wojny w filmie *The Hurt Locker* zaciemnia, a tym samym ułatwia zaakceptowanie faktu, że jego bohaterowie robią dokładnie to samo, co Zielone Berety. Przez swoją niewidzialność ideologia jest tu obecna bardziej niż dotąd: jesteśmy tam, z naszymi żołnierzami, identyfikując się z ich lękami i udrękami, zamiast pytać, co oni w ogóle robią na wojnie.

Jak widać, w Žiżkowym ujęciu problematyki kina (filmu) chodzi o to, iż film może zawsze mówić coś o świecie. Film nie tylko imituje świat, film raczej go symuluje, tworzy „dziwną kategorię rzeczywistości”, coś, co jest w pewien sposób bardziej rzeczywiste niż rzeczywistość jako taka (por. Mikurda 2007). O tym mowa będzie w dalszej części pracy.

Jak wskazują niektórzy badacze, to m.in. poprzez kino i telewizję archeologia zyskiwała i zyskuje na popularności (Paynton 2002; Holtorf 2007, rozdz. 3). Co więcej, to zasadniczo poprzez telewizję i kino kształtuje się stereotypowy obraz archeologa. Najbardziej wyraźnym tego przykładem jest społeczeństwo amerykańskie. Cornelius Holtorf (2007, 53) referuje wyniki badań Marii Ramos i Davida Duganne’a (2000). Na przykład wiedzę o archeologii z telewizji czerpie ponad połowa amerykańskiego społeczeństwa (56%), podczas gdy ze szkoły średniej jedynie co piąty respondent¹. Dla

¹By uniknąć nieporozumień, uwagi odnoszące się do społecznego wizerunku archeologii oraz i kondycji współczesnego społeczeństwa tyczą się tzw. krajów Zachodu, do których bez większych zastrzeżeń można zaliczyć: Europę Zachodnią, Skandynawię, Wyspy Brytyjskie i USA. Uwagi w dalszej części tekstu poczynione nie dotyczą np. już bezpośrednio sytuacji w Polsce, lecz i tutaj zainteresowanie archeologią przez mass media jest coraz bardziej widoczne. Jeden przykład jest szczególnie warty nadmienienia. *Ojciec Mateusz* to serial telewizyjny emitowany w TVP 1. Tytułowy bohater grany przez Artura Żmijewskiego jest z zamiłowania detektywem-amatorem. 20 września 2009 r. został wyemitowany odcinek zatytułowany *Skarb*. Fabuła dotyczyła odkrycia pod Sandomierzem cmentarzyska celtyckiego. Niestety, nekropolia przed przyjazdem archeologów została zniszczona przez poszukiwaczy skarbów. Ojciec Mateusz (a ktoś by inny?) musiał dojść do prawdy: kto zniszczył prahistoryczne cmentarzysko? W tym odcinku powielany jest wizerunek archeologa jako „strażnika przeszłości”, osoby skrupulatnie zbierającej „twarde” (materialne) dane, by następnie rekonstruować przeszłość. Mimo takiego obrazu serial spełnił niezwykle pozytywne, edukacyjne zadanie. Pokazał ponad 4,5 mln widzów, jak należy postępować w przypadku natrafienia

porównania można nadmienić, iż z gazet o archeologii informacje uzyskiwało 24% respondentów. Również i w przypadku społeczeństwa brytyjskiego telewizja jest głównym źródłem informacji o archeologii. Takiej odpowiedzi udzieliło 34% respondentów (Paynton 2002, 34).

To kinowe postacie, takie jak Indiana Jones czy też Lara Croft, ukształtowały obraz archeologii w znacznie większym stopniu niż sami archeolodzy (Holtorf 2005, 34). Wszystko to daje podstawy, by i archeolog poważnie potraktował kino. Archeologa może interesować nie tylko obraz reprezentowanej przez niego dziedziny nauki w kinie (jak to do tej pory było czynione). Równie potencjalnie płodną perspektywą jest spojrzenie na archeologię i jej problemy przez kino. Jednym z takich palących problemów jest stereotypowy, społeczny wizerunek archeologii. Zatem temat, czy film jako kategoria analityczna, jako specyficzna kategoria źródła archeologicznego oferuje nam coś, co pozwoli spojrzeć w innych kategoriach na społeczny wizerunek archeologii, jest niewątpliwie wart podjęcia. Tak postawiony problem może pokazać w nowym świetle, czym są dla archeologii m.in. Indiana Jones i Lara Croft. Postacie te są fikcyjnymi, wirtualnymi bohaterami. Jeśli tak jest, to — być może — pomocny w analizie społecznego wizerunku archeologii będzie *Matrix* (1999) braci Wachowskich, film dotyczący bezpośrednio statusu ontologicznego zdroworozsądkowo rozumianej rzeczywistości oraz wirtualnej rzeczywistości.

Główny bohater *Matrixa* — Thomas Anderson (Keanu Reeves) — to przeciętny programista w firmie komputerowej. W wolnych chwilach jest hakerem o pseudonimie Neo. Thomas przeczuwa, iż z jego światem jest „coś nie tak”. Pewnego razu kontaktuje się z nim uchodzący za niebezpiecznego przestępcę — Morfeusz (Laurence Fishburne). Mówi on Thomasowi, że zna odpowiedzi na nurtujące go pytania. Co więcej, twierdzi, że świat, w którym żyje to tylko wirtualna rzeczywistość, tytułowy *matrix*. Świat został przejęty przez maszyny. Wszystko, czego ludzie doświadczają, co czynią, widzą, stanowi projekcję mające utrzymać ich we śnie. Jedna ze scen może okazać się wielce przydatna przy rozpatrywaniu społecznego wizerunku archeologii. Przywołajmy moment, w którym to Morfeusz pyta Neo, czy ten chce wyjść z *matrixa*. Neo stoi przed wyborem niebieskiej lub czerwonej pigułki. Jeśli weźmie niebieską, to wróci do fikcji tworzonej przez *matrixa*. Jeśli wybierze drugą — czerwoną — zobaczy prawdziwą rzeczywistość poza *matrixem*...

Ta scena jest interpretowana przez Slavoja Žižka w filmie dokumentalnym *The pervert's guide to cinema* (2006) w reżyserii Sophie Fiennes. Słoweński filozof podkreśla, że propozycja Morfeusza jest głęboko fałszywa. Dlaczego? Wybór między fikcją a rzeczywistością jest niewłaściwy, ponieważ *matrix* jako fikcja strukturyzuje to, czego doświadczają się jako rzeczywistość. Inaczej mówiąc, bez fikcji nie ma samej rzeczywistości. To ona podtrzymuje rzeczywistość. Zatem, może problemem wartym rozważenia nie jest pytanie, co jest prawdą, a co fałszem, a raczej przyjrzenie się, jak rzeczywistość uobecnia się w samej fikcji? To jest trzecia droga, trzecia pigułka, której chce Žižek w *The pervert's guide to cinema*.

na znaleziska archeologiczne, co więcej, zaprezentował, jak takie prahistoryczne artefakty mogą wyglądać. Nie ma wątpliwości, iż kino, telewizja ma bardzo pozytywne, lecz i negatywne strony.

Z podobnym problemem spotykamy się w przypadku archeologii. Zastrzeżenia części archeologów wobec niewłaściwego postrzegania archeologii przez media i społeczeństwo są — być może — mijaniem sedna sprawy. W takim ujęciu jest się nadal na poziomie opozycji rzeczywistość-fikcja. Jest to przesłanka, z powodu której w tym miejscu nie będzie roztrząsana rola mass mediów w fałszowaniu jakoby prawdziwego wizerunku archeologa. Chodzić raczej będzie o „status ontologiczny” wyobrażeń materializujących się w takich bohaterach, jak Indiana Jones i Lara Croft. Inaczej można by rzec, czym lub kim są dla archeologii Indiana Jones i Lara Croft? Czy mówią coś o samej archeologii? Warto poszukać odpowiedzi na tak postawione pytania.

Archeomania

Przyszłość należy do przeszłości. Przyszłość będzie należeć do archeologii — nieuniknione wydaje się postawienie takiej prognozy w kontekście współczesnego zainteresowania archeologią przez media i ludzi. Stąd też mówi się o *archeomanii*, to jest społecznej fascynacji tą dziedziną wiedzy. Tematy prezentacji archeologii, jej popularyzacji, sposoby dialogu między archeologami a ludźmi zainteresowanymi archeologią są kluczowymi zagadnieniami w ramach archeologii publicznej (*public archaeology*), reperkusją *archeomanii* (np. Faulkner 2000; Bolin 2004; Merriman 2004b; Schadla-Hall 2006). Poszerzenie perspektywy archeologii o zagadnienia jej prezentacji, dialogu z zainteresowanymi było ponadto przyczyną założenia w 1999 r. „Public Archaeology”, czasopisma archeologicznego *explicite* poświęconego wyżej wymienionej problematyce. Również, o czym należy wspomnieć, w rodzimej archeologii analizowana jest kwestia relacji archeologii z ludźmi nią zainteresowanymi, np. współcześnie widoczne zjawisko neopogaństwa jako procesu odwołującego się do przeszłości (po części archeologii) (Jasiewicz, Olędzki 2004; Pawleta 2008). O problemach z rozpowszechnianiem wiedzy archeologicznej pisała m.in. Lidia Wróblewska (2008). Można bezpiecznie stwierdzić, iż wszystkie wyżej wymienione prace są pochodną zainteresowania samych ludzi archeologią. Owo zainteresowanie jest następnie analizowane przez archeologów.

Z kolei Karol Kulik (2003) wspominał niedawno, że ostatnie lata XX w. były złotym wiekiem archeologii. Należy jednak stwierdzić, że złoty wiek Kulika był, co najwyżej, spizowym. Złote czasy archeologii dopiero nadchodzą. Będzie nim XXI w.² W tym samym kierunku idą prognozy niemieckiego archeologa Corneliusa Holtorfa, który w wielu swoich pracach śledzi różne wymiary fascynacji archeologią w dzisiejszej kulturze popularnej (choćby Holtorf 2005; 2006; 2007). Nawiązania archeologiczne spotyka się w coraz to bardziej zaskakujących miejscach. Oto kilka z nich.

Przykładów obecności archeologii w dzisiejszej kulturze popularnej nie trzeba specjalnie daleko szukać. Naśladownictwa czy kopie pradziejowych monumentów można znaleźć od Las Vegas (np. Meskell 2004; Holtorf 2005) po Disneylandy w Danii czy

²Jak donoszą media, brytyjscy i amerykańscy producenci już pracują nad kolejną (trzecią) częścią przygód Lary Croft, jak i piątym filmem dotyczącym Indiany Jonesa. Nie ma najmniejszych wątpliwości, iż obrazy te wpłyną, podobnie jak wcześniejsze części, na społeczną fascynację archeologią.

Francji. W każdym niemalże większym zoo, jak chociażby w Amsterdamie, również można spotkać „prahisteryczne” monumenty. Bawiąc się klockami Lego, można budować świątynie, które są eksplorowane przez plastikowego Indianę Jonesa³. Co więcej, nawet oglądając filmy erotyczne, można natknąć się na bezpośrednie odwołania do archeologii i jej pola badawczego⁴. Komercyjnych nawiązań do tej dziedziny nauki nie uniknie się nawet, spożywając szwedzką wódkę Absolut. Czymże byłby dzisiejszy świat bez Coca-coli i Pepsi? I tutaj a u t e n t y c z n o ś ć smaku Pepsi zapewniona jest poprzez bezpośrednie odwołanie do archeologii i wykopalisk⁵. Również nie tylko pijąc napoje, spotyka się nawiązania do archeologii. Dzisiaj można iść na lunch do lokalu wypełnionego artefaktami nawiązującymi do starożytnego Egiptu (sieć restauracji Sfinks). Jednak dwie figury materializują obraz archeologa szczególnie wyraźnie. Są nimi: Indiana Jones i Lara Croft.

Pytanie jest następujące: nie tylko, w jaki sposób można wyjaśnić dzisiejszy wizerunek archeologii i fascynację nią, lecz również, co owe wyobrażenia mają materializować i jaki jest ich status? Jeśli archeologia jest częścią współczesnej kultury popularnej, to przyjrzenie się kondycji współczesnego społeczeństwa jest niezbędnym krokiem w badaniach nad statusem wyobrażeń na temat archeologii. Przedstawiciele takich dziedzin, jak: filozofia, kulturoznawstwo, socjologia, zarządzanie i marketing, prześcigają się w diagnozowaniu naszej teraźniejszości i przyszłości. Jedni piszą, że żyjemy w świecie pozbawianym coraz wyraźniej swej materialności, a wypełnianym potokiem znaków, symulakrami (Baudrillard 2005). Inni o społeczeństwie konsumpcyjnym, post-industrialnym, ponowoczesnym (Z. Bauman, A. Giddens, J.F. Lyotard, J. Baudrillard).

Z kolei Rolf Jensen (1999) wspominał o społeczeństwie marzeń (*dream society*), Joseph Pine wraz Jamesem Gilmorem (1999) o ekonomii doświadczenia (*experience economy*). Również z perspektywy zarządzania i marketingu, szerzej biznesu, o dzisiejszym społeczeństwie piszą chociażby Jones Ridderstrale wraz z Kjell Nordström (2001), Bernd Schmitt (2003) i ponownie Pine z Gilmorem (2007). Co łączy tak różne punkty widzenia dzisiejszego społeczeństwa? Mimo różnych podejść większość z badaczy zgadza się, iż kluczowym problemem jest nastawienie na doświadczenie oraz pogoń za znakiem. Konsumowanie doświadczeń i znaków, innymi słowy, podążanie za marzeniami (niekoniecznie własnymi) kreśli współczesne trendy społeczne. Na fakt ten wskazuje również Holtorf (2006; również 2007, rozdz. 1), twierdząc, iż dzisiejszą popularność archeologii można widzieć poprzez idee społeczeństwa marzeń i ekonomii doświadczenia.

Jeden z wniosków z prac Holtorfa można sformułować w następujący sposób: zmieniające się współczesne społeczeństwo wymaga zmiany uprawiania i popularyzacji archeologii, przededefiniowania relacji pomiędzy archeologią akademicką a społeczeństwem. Skoro uniwersytet to nie przysłowiowa „wieża z kości słoniowej”, a nauka tworzona w ramach poszczególnych dyscyplin nie stanowi nauki samej dla siebie, to również przed archeologią stoją oczekiwania konkretnych ludzi, którym należy

³ Patrz <http://indianajones.lego.com/en-US/default.aspx>, dostęp 25.01.2010 r.

⁴ Patrz <http://www.adultasiananime.com/p-3680-.aspx>, dostęp 5.05.2010 r.

⁵ Patrz <http://www.youtube.com/watch?v=Kf1A8Ukk5Us>, dostęp 25.01.2010 r.

sprościć. Wizerunek archeologii, to, czym się zajmuje i czego dotyczy wraz z procesem wchłonięcia jej przez kulturę popularną⁶, staje się również dobrem konsumpcyjnym. Towarem o tyle pożądanym przez społeczeństwo, gdyż trafiającym do jego oczekiwani. Również Zygmunt Bauman w swojej *Globalizacji* (2006, 95 – 101), opisując współczesny świat, stwierdza jednoznacznie, iż dzisiaj żyć to znaczy konsumować. Ta postawa to synonim kondycji ponowoczesnego człowieka. W ten konsumpcyjny chocholi taniec ma być wpisywany również wizerunek archeologa jako materializacja przygody, doświadczenia, autentyczności, opowieści.

Śledząc nawiązania współczesnej kultury popularnej do archeologii, można wnioskować, iż to, co archeologiczne (wywołujące skojarzenia z archeologią), jest produktem na sprzedaż, towarem przeznaczonym do konsumpcji, fascynującą opowieścią, nie zaś jedynie praktyką akademicką. Dlatego też samą archeologię (w jej tzw. demokratycznym modelu) Holtorf (2008, 157) definiuje w następujący sposób:

archeologia jest praktyką społeczną służącą realizacji ludzkich pragnień i potrzeb. W demokratycznym kraju, nauki akademickie muszą odpowiadać na ludzkie potrzeby, kierować ich pragnieniami oraz troskami i być poddany politycznej kontroli nie-naukowców — nawet jeśli obywatele mogą od czasu do czasu podejmować decyzje przeciwko temu co naukowcy by uważali, że leży w ich najlepszym interesie [moje tłumaczenie]⁷.

Jednak, czy nasz obraz, na którym maluje się świat poprzez konsumeryzm i archeologię jako jej składnik, jest wystarczająco złożony? Spójrzmy również na drugą stronę tego medalu.

Jak błyskotliwie podkreśla Žižek (2004), ostatnią cechą współczesnego społeczeństwa jest konsumeryzm. Współczesne produkty pozbawiane są swych inherentnych negatywnych własności. Stąd też, np.: piwo bez alkoholu, masło bez tłuszczu, wirtualny seks to znaczy seks bez seksu, kawa bez kofeiny, elektroniczne papierosy (tzw.e-papierosy), czyli papierosy, które nie są papierosami, buty z ekologicznej skóry, co znaczy dosłownie buty z tworzywa sztucznego itd. Czyż podobnie nie jest z wizerunkiem samej archeologii, z jego konsumpcją? Jawi się on jako niezwykle, interesujący, zapierający dech w piersiach. W ten sposób można mówić o tym, co Holtorf (2007, rozdz. 5) nazywa *archaeo-appeal*, czyli o sposobie, w jaki archeologia i to, co do niej nawiązujące, jest prezentowane w kulturze popularnej. Należałoby zauważyć, iż *archaeo-appeal* jest formą maski nałożoną na przeszłość. Ta ostatnia prezentowana jest jako czarująca, magiczna, utracony raj. W trakcie — powiedzmy — festynów archeologicznych czy też lekcji muzealnych nikt nie mówi o molestowaniu seksualnym, kazirodztwie itd. Dlatego też „archeologiczny kicz” prezentujący przeszłość to przeszłość bez przeszłości. Innymi słowy, przeszłość zostaje pozbawiona swych inherentnych negatywnych,

⁶Nie można chyba ustalić precyzyjnie początku tego procesu. Bez większych jednak obaw można przyznać, że realizacją rosnącego zainteresowania archeologią była pierwsza część serii o Indianie Jonesie (1981). Od tego momentu społeczna fascynacja archeologią przybrała jakościowo na sile.

⁷„[...] archaeology is a social practice providing services for people's own desires and demands. In a democratic state, academic disciplines must answer to people's needs, address their desires and concerns and be subjected to political control by non-scientists — even if citizens may occasionally decide against what the experts would deem to be in their best interest”.

obscenicznych własności. Parafrazując tytuł jednego z artykułów Žižka (2004), można powiedzieć, iż wizerunek archeologii jest jak filizanka bezkofeinowej kawy (*archaeology is a cup of decaf past*). Tak jak o picie bezkofeinowej kawy nie można bez zastrzeżeń powiedzieć, iż się ją konsumuje, tak też i jest z samą archeologią w kulturze popularnej. Pije się ją bez negatywnej kofeiny, bez barbarzyńskich (z współczesnego punktu widzenia) czynów, które były codziennością prahistorycznego człowieka.

Stereotypowy, podobno fałszywy obraz archeologii będącej na usługach kultury popularnej, jest dla części archeologów nie do przyjęcia (np. Russell 2002; Fowler 2007). Ostatnim takim głosem jest krytyka Kristiana Kristiansena (2008) skierowana przeciwko sposobowi uprawiania archeologii przez Holtorfa. Niezgoda między tymi archeologami doskonale materializuje dużo ogólniejsze zagadnienie. Kristiansen przyznaje m.in., że społeczny wizerunek archeologii jest ważkim zagadnieniem. Postawę duńskiego archeologa można przy tym sprowadzić do stanowiska, iż r z e c z y w i s t y wizerunek archeologii jest po stronie uniwersyteckiej praktyki. Taka postawa odpowiadałaby z grubsza archeologii kulturowo-historycznej, jak i nurtom w archeologii czerpiącym z modernizmu i nawiązującym doń⁸. Holtorf, z drugiej strony, może być widziany jako stojący po stronie społecznych f i k c y j n y c h w y o b r a z e ń na temat archeologii. W tym ujęciu akademicka archeologia to pewna narracja, jeden z wielu sposobów mówienia o przeszłości, znajdujący się na tym samym poziomie co społeczne wyobrażenia na temat archeologii. Dlatego też postawa niemieckiego badacza mieści się w ramach (skrajnej gałęzi) archeologii postprocesualnej.

By odwołać się w tym miejscu do słynnej frazy Jana Tomaszewskiego — „człowieka, który zatrzymał Anglię na Wembley” — archeologia akceptująca wielość równoprawnych wizji archeologii czy wizerunków przeszłości to jedynie b ł ą d. Archeologia twierdząca, że rzeczywisty (prawdziwy) wizerunek archeologii znajduje się po stronie akademickiej praktyki to w i e l b ł ą d, w i e l k i b ł ą d. Natomiast wracając do propozycji Morfeusza: archeologia w ujęciu Fowlera, Russella i Kristiansena wybiera czerwoną pigułkę. Archeologia postprocesualna, której piewcą jest niewątpliwie

⁸Przez termin nurtów archeologicznych nawiązujących do modernizmu rozumiem chociażby archeologię procesualną, strukturalną oraz marksistowską. Podział w tym miejscu jest karkołomny. Dokonano go jednak, ponieważ śledząc literaturę przedmiotu, widać ideową różnicę oddzielającą archeologię postprocesualną od jej poprzedniczek. Jest nią relatywizm kulturowy i poznawczy. O ile archeologia postprocesualna widzi w stereotypizacji archeologii jedną z form narracji o przeszłości, o tyle wcześniejsze nurty raczej optują za przeświadczeniem, iż prawda o archeologii znajduje się na uniwersytecie. Droga, którą podążam przy tym karkołomnym uproszczeniu, jest zgodna z myślą Heglowskiej *Estetyki*, w której czytamy: „rzeczywistość jest do tego stopnia przeładowana zjawiskami jako takimi, podrzędnymi i przypadkowymi szczegółami, że często spoza drzew nie postrzegamy lasu i nieraz obok rzeczy największych przechodzimy jak obok wypadków zwyczajnych i codziennych. Dopiero ukryty w tych wypadkach duch i sens jest tym, co nadaje im znamię wielkich czynów, a sens ten poznajemy dzięki prawdziwie historycznemu sposobowi przedstawiania, który pomija to, co czysto zewnętrzne, a uwytadnia tylko to, w czym właściwości duchowe wyrażają się z całą żywotnością. Podobnie musi też malarz za pomocą swojej sztuki ukazywać nam duchowy sens i charakter postaci. Tam, gdzie mu się to w pełni udaje, możemy powiedzieć, że portret jest bardziej udany, bardziej podobny do przedstawianego indywiduum niż samo rzeczywiste indywiduum” (Hegel 1967, 121). Mówiąc metaforycznie, i wśród dębów postprocesualnych można znaleźć sosnę procesualną, jodłę marksistowską czy też wierzbę kulturowo-historyczną. W analizie w tym miejscu podjętej nie chodzi o dostrzeżenie i badanie poszczególnych drzew w określonych partiach lasu, jakim jest archeologia, ale o uchwycenie, zauważenie lasu, archeologii jako całości.

Holtorf, preferuje pigułkę. Zarówno pierwsza, jak i druga pozycja nie trafiają w kluczowe zagadnienie, że kulturowe klisze dotyczące archeologii mogą nie być po prostu fałszem lub też jedną z wielu wizji archeologii. Zatem, czym jest współczesny wizerunek archeologii, wizerunek archeologa jako poszukiwacza skarbów, łowcy przygód itd.? Tak postawione pytanie wymaga odwołania się do nieco innych narzędzi teoretycznych niż te, które dotychczas spotykano w dyskusjach nad społecznym wizerunkiem archeologii.

Gdzie jest rzeczywistość w fikcji wizerunku archeologii?

Archeolog w kulturze popularnej prezentowany jest zasadniczo jako łowca przygód, jako detektyw, naukowiec dokonujący spektakularnych odkryć, w końcu, opiekun i strażnik pradziejowych artefaktów. Są to najczęstsze wyobrażenia na temat archeologa (Holtorf 2007, rozdz. 5). Jak wiadomo z praktyki zawodowej, archeolog więcej czasu spędza przed książkami niż na wykopaliskach. Skarbem dla archeologa jest czasem jedno datowanie ^{14}C a nie „kryształowa czaszka” czy „arka przymierza”. Archeolodzy nie mają wiele wspólnego z Larą Croft i jej przygodami. Jednakże czy mamy tutaj do czynienia z prostą opozycją prawda-fałsz lub — przy przyjęciu nieco innego punktu widzenia — rzeczywistość-fikcja? W ten sposób wracamy do wstępu, do tego, by nie podejmować tylko rozważań dotyczących się rozgraniczenia między prawdą a fałszem, między rzeczywistością a fikcją wizerunku archeologii. Takie próby należy podejmować, lecz spróbujmy jednak wziąć trzecią pigułkę, tę, której nie mógł wybrać Neo. Niech Morfeusz pozwoli nam ujrzeć rzeczywistość w samej fikcji...

Žižek w *Plagach fantazji* (2001, 4) kreśli pewien sposób badań dotyczących się zjawisk kulturowych i społecznych. Czytamy:

zapewne najlepszą metodą na uchwycenie istoty epoki jest zwrócenie uwagi nie na jej wyraźne cechy, definiujące ją konstrukcje społeczne i ideologiczne, lecz na przepędzone duchy, które w niej straszą; jakkolwiek duchy te zamieszkują region bytów nieistniejących, to jednak upierają się przy swym istnieniu i zachowują swoją siłę sprawczą.

Taką metodę można aplikować w archeologii pod warunkiem, iż archeologię postrzegamy jako zjawisko kulturowe i społeczne. Dzisiaj spełnia ona taki warunek. Zapytajmy zatem o początki archeologii jako praktyki naukowej.

Warto z pewnością przywołać jedną z twarzy rodzącej się w połowie XIX w. archeologii. Colin Renfrew z Paulem Bahnem (2002, 19) szczerze przyznają:

historia archeologii jest powszechnie postrzegana jako historia wielkich odkryć: grobu faraona Tutanchamona w Egipcie, zaginionych miast Majów w Meksyku, pokrytych malowidłami jaskiń paleolitycznych, jak na przykład w Lascaux we Francji, czy też szczątków naszych ludzkich przodków zagrzebanych głęboko w wąwozie Olduvai w Tanzanii.

Oczywiście, brytyjscy archeolodzy nie omieszkali następnie dodać, iż te odkrycia są czymś więcej niż tylko wielkimi odkryciami. Są doświadczeniami, dzięki którym

uzyskano źródła pradziejowej aktywności człowieka oraz wypracowano metody ich pozyskiwania. Trzeba pamiętać, iż samego procesu narodzin archeologii nie należy sprowadzać zaledwie do kwestii romantycznych poszukiwań zaginionych cywilizacji, na co wskazują dociekania chociażby Alaina Schnappa (1996). Niemniej jednak zasadniczo archeologię jako naukę akademicką zapoczątkowali romantycy marzący o wielkich odkryciach. Czym zatem kierowali się tacy pionierzy archeologii, jak: Richard Colt Hoare, Austin Henry Layard, John Lloyd Stephens, Heinrich Schliemann czy w końcu Howard Carter, jeśli nie chęcią odkrycia wspaniałych pozostałości minionych cywilizacji?

Stąd też, używając Żiżkowej metafory duchów, w naszym przypadku, duchy niepokojące, irytujące, fałszujące — jakby niektórzy powiedzieli — prawdziwą archeologię nie są nic nieznaczącym fałszem maskującym prawdziwe oblicze (*arche*) archeologii. Być może dwójkę archeologów (Indiana Jones i Lara Croft) należałoby postrzegać w kategoriach symptomu, przestrzeni ukrytej prawdy, prawdy, która powraca do podmiotu tym usilniej, im bardziej się jej wyrzeka. Czyż na ten proces nie wskazuje sam tytuł tekstu Milesa Russella (2002) *No more heroes any more...?* Russell jako uniwersytecki archeolog mówi o potrzebie rozpowszechniania prawdziwej twarzy archeologii. Faktycznie, archeologia jest coraz popularniejsza, i to nie tylko na Wyspach Brytyjskich. Jednak stanowczo oponuje wobec owych tytułowych archeologicznych bohaterów, „nigdy więcej ich”! I jaki jest skutek apelu Russella? Już za mniej więcej dwa, trzy lata na ekranach kin zagości i Lara Croft, i Indiana Jones. Zygmunta Freuda (1997) w którymś miejscu w swoim *Wstępie do psychoanalizy* ilustruje, jak działa symptom pięknym przykładem. Jest posiedzenie polityczne. Radny ma je oficjalnie rozpocząć. Zamiast rzec „otwieram posiedzenie” wypowiada „zamykam posiedzenie”. Te słowa nie są, według Freuda, nic nieznaczącą pomyłką. Ukazują prawdę o nieświadomym pragnieniu podmiotu (naszego radnego). Czyż nie jest identycznie z Indianą Jones i Larą Croft? Czyż nie są właśnie takim przejęciem, które pokazuje prawdę o podmiocie-archeologii jako takiej?

Według Jacquesa Lacana (1991, 149) symptom to zakodowana informacja, w której człowiek (lub lepiej używając języka Lacanowskiego, podmiot) otrzymuje od „Innego” własną informację, lecz w odwróconej, to jest, prawdziwej formie. „Inny”, zdaniem Lacana, to — mówiąc najogólniej — intersubiektywna struktura symboliczna. Mówiąc o Lacanowskim „Innym”, można przywołać Boga czy też demokrację jako nieistniejące materialnie porządki symboliczne, które stanowią punkt odniesienia dla działań podmiotu. Nie istnieją one w postaci *stricte* materialnej, jednak tym bardziej stanowią punkt odniesienia działań podmiotu. W kontekście nas interesującym owym „Innym” byłoby społeczeństwo. Ono również nie istnieje jako materialny podmiot, jest jedynie materializowane w działaniach poszczególnych jednostek oraz w relacjach pomiędzy poszczególnymi jednostkami. Społeczeństwo to nie tyle prosty zbiór podmiotów, ile raczej symboliczne relacje między nimi. Tak jak Bóg, demokracja, również i społeczeństwo jako takie to wyobrażeniowe prezentacje symbolicznych relacji między jednostkami (wiernymi, obywatelami).

Prosta deklaracja, jakoby społeczne wyobrażenia ogniskujące się wokół Indiany Jonesa i Lary Croft były fałszem, fikcją (np. Russell 2002; Fowler 2007; Kristiansen

2008), jest zbyt naiwna⁹. Mamy tutaj do czynienia z interesującym paradoksem, paradoksem Lacanowskiej definicji komunikacji, która mówi, iż komunikacja to tyle, co udane nieporozumienie (Žižek 2003, 53). Zilustrujmy tę myśl. Archeologia poprzez akademicką praktykę wysyła informacje dotyczące się swej naukowej działalności. Często słysząc głosy archeologów mówiące o konieczności popularyzacji archeologii (np. Blockey 1999; McDavid 2004, Merriman 2004a; Rączkowski 2005; Brzostowicz 2007). Tak też dzieje się w praktyce. Podejmowanych jest wiele inicjatyw archeologicznych mających na celu upowszechnianie archeologii. Organizowane festyny archeologiczne (Biskupin, Łąd, Grzybnica, Sławno, Wolin itd.), pokazy archeologii eksperymentalnej, zajęcia dydaktyczne w muzeach archeologicznych dla dzieci czy też praktyka poznawczych studentów archeologii, którzy prezentują archeologię w szkołach podstawowych są wyrazem prób komunikacji, prezentacji archeologii poza uniwersyteckimi murami. Bez najmniejszych wątpliwości, są to działania jak najbardziej właściwe i potrzebne. Co jednak archeolog dostaje w zamian za swoje wysiłki zmierzające do popularyzacji prawdziwej archeologii? Otrzymuje swoją własną informację, (nie)stety w swej odwróconej i prawdziwej formie. Im więcej jest prób prezentacji archeologii jako poważnej praktyki akademickiej, tym paradoksalnie bardziej cementuje się stereotypowy wizerunek archeologa.

Indiana Jones czy też Lara Croft są symulacją prawdy o archeologii kulturowo-historycznej i nurtach nawiązujących do modernizmu w archeologii, której akademika próbuje się pozbyć, ich symptomami, miejscem ukrytej prawdy, rzeczywistością w samej fikcji. Co więcej, nie jest przypadkiem, że rzeczywistość (w) fikcji dostrzegamy poprzez kinowych bohaterów. To właśnie w kinie stawiamy czoła nie tyle opozycji rzeczywistość-fałsz, ile enigmatycznej kategorii rzeczywistości (w) fikcji. Jak to niezwykle trafnie zauważa Žižek w ostatnich słowach z *The pervert's guide to cinema*:

⁹ Kolejnym badaczem walczącym z wiatrakami prawdy-fałszu społecznego wizerunku archeologia jest Garrett Fagan (2006). I w tym przypadku fikcja utożsamiana jest z nieprawdą. Krytyczne myślenie w zamysle Fagana ma być narzędziem, które pozwala rozdzielić to, co jest prawdziwe, a co fałszywe w społecznym wizerunku archeologa. Tego, czego potrzeba archeologii, to myślenie krytyczne (*think critically*), które pozwoli oddzielić jedno od drugiego. Zapytajmy się jednak krytycznie o samo myślenie krytyczne. Czyż nie jest — nawiążmy do późnego Wittgensteina — oczywistą pewnością, że wizerunek archeologii w mediach niewiele ma wspólnego z rzeczywistością? W ujęciu Fagana przeświadczonego, jakoby jego praca była nauką jest dalekie od faktycznego stanu rzeczy. Czym zajmuje się nauka? Naiwnością byłoby stwierdzenie, iż upraszczaniem rzeczy złożonych. To potrafi każdy przeciętny człowiek. Nauka to komplikowanie oczywistości, rzeczy, które uchodzą za banały. I takim banałem jest kategoria fikcji jako fałszu, która jest używana w analizach wizerunku archeologii w kulturze popularnej. I fikcja ma swoją prawdę, jak dowodzi Žižek w *The pervert's guide to cinema*. Dlatego tak ważną wydaje się kategoria rzeczywistości (w) fikcji, która komplikuje nieco sielankowe dualizmy rzeczywistości-fikcji i prawdy-fałszu w naszych dociekaniach nad przedstawieniami archeologii w kulturze popularnej. Problem archeologów z kulturą popularną nie jest taki, iż jest ona zbyt banalna do analizy, upraszcza, fałszuje prawdziwą twarz archeologii. Wręcz odwrotnie sprawy się mają, kultura popularna jest zbyt złożonym fenomenem, do analizy którego brak nam jeszcze odpowiednich narzędzi analitycznych. Kultura popularna jest jak ów Heglowski malarz, który maluje obraz jednostki, który jest lepszy niż malowany jako indywidualium. I być może tak jest z archeologią w mediach. Jest ona bardziej prawdziwa niż w rzeczywistości. Kultura popularna jest zbyt dobrym malarzem.

żeby zrozumieć dzisiejszy świat, potrzebujemy kina, dosłownie. Tylko w kinie możemy uzyskać najważniejszy wymiar, któremu nie jesteśmy gotowi stawić czoła w rzeczywistości. Jeśli szukacie w rzeczywistości tego, co w rzeczywistości jest bardziej rzeczywiste niż ona sama, to przyjrzyjcie się kinematograficznej fikcji [moje tłumaczenie].

Parafrazując słowa Žižka, jeśli szukamy w rzeczywistości archeologa tego, co w tej rzeczywistości jest bardziej rzeczywiste niż ona sama, to przyjrzyjmy się kinematograficznej fikcji, filmom p o p r z e z które można coś powiedzieć o samej archeologii, o jej współczesnym stanie bycia.

Tym, czego nie są w stanie wyjaśnić badacze współczesnego świata każącego jakoby konsumować, rozkoszować się życiem, szukać doświadczeń, realizowania marzeń, szukania swojego prawdziwego „ja” (np. Jensen, Pine, Gilmore, Ridderstrale, Nordström, Schmidt), jest niemożność wyjaśnienia samego pragnienia (*desire*). Lacanowska teoria psychoanalityczna głosi, iż nie jest po prostu tak, iż się czegoś pragnie. Mówiąc inaczej, nie rodzimy się jako ludzie z umiejętnością pragnienia. Tym, co uczy człowieka, jak pragnąć, jest fantazja. Najzwięźlejszą definicją fantazji byłaby ta, która mówi, iż:

[...] fantazja oczywiście z definicji nie jest „obiektywna” (w naiwnym sensie „istnienia niezależnych od doznań podmiotu”); nie jest jednak także „subiektywna” (w sensie jej całkowitej redukowalności do świadomie doznawanych przez podmiot intuicji). Fantazja należy raczej do „dziwacznej kategorii obiektywnej subiektywności — to tego, jak ci się rzeczy faktycznie, obiektywnie przedstawiają, nawet jeśli nie postrzegasz ich w ten sposób

(Žižek 2001, 258).

Fantazja dla Lacana to wyobrazeniowy scenariusz, dzięki któremu realizuje się pragnienie podmiotu. Fantazja ma dostarczyć współrzędnych pragnienia podmiotu (Žižek 2003, 18), poczucia wyobrazeniowego spełnienia, pełni, kontroli.

Nieprzypadkowy jest fenomen Indiany Jonesa czy też Lary Croft. Są to bohaterowie wykreowani przez kino. Jednym ze scenariuszy — w myśl Žižka — uczących nas, jak pragnąć, jest właśnie kino. Kino nie daje człowiekowi gotowego scenariusza. Uczy raczej, jak pragnąć. I tutaj kryje się sedno sukcesu filmów o dwójce najpopularniejszych archeologów na świecie, jeden z powodów społecznej fascynacji archeologią. Indiana Jones i Lara Croft nie dają po prostu tego, czego widz pragnie. Pokazują raczej, uczą, w jaki sposób można pragnąć i realizować pragnienia. Łączą w sobie pragnienie z fantazją, które są atrakcyjne dla przeciętnego widza (por. McGowan 2008, 150–159). Filmy te są dobrymi nauczycielami, ponieważ, jak to ukazuje Žižek czy też Todd McGowan, uczą widza pragnienia nie tyle na poziomie świadomości. Proces ten, co ważne, ma miejsce już na poziomie nieświadomości.

Podsumowanie

Współczesne oblicza przeszłości widziane są przede wszystkim poprzez współczesny wizerunek archeologii. Ten z kolei jest wieloznaczny i wieloaspektowy. Dzisiaj archeologia to zjawisko kulturowe. Nie da się go ująć, wykorzystując

jedynie narzędzia *stricto* archeologiczne. Archeolog coraz wyraźniej potrzebuje szerszych kompetencji. To też może być jego szansą. Może droga do specjalizacji nie wiedzie przez szczegółowość dyscypliny? Może jedynie poprzez ogólność można być szczegółowym?

Archeologiczne dyskusje ogniskujące się wokół problematyki społecznej wizji archeologii bazowały do tej pory na aparacie pojęciowym z takich obszarów, jak: antropologia kulturowa, socjologia czy też marketing i zarządzanie. W tej pracy została założona nieco inna perspektywa. Spojrzenie z Žižkowego ujęcia teorii psychoanalitycznej i krytyki kulturowej miało w zamierzeniu wyeksponować problem, który w innych ujęciach teoretycznych wydaje się trudny do konceptualizacji. Wykorzystanie dwóch fundamentalnych pojęć z Lacanowskiego słownika, symptomu i fantazji, stawia społeczny wizerunek archeologii w innym świetle. Wyobrażenia materializujące się w postaci Indiany Jonesa i Lary Croft są dużo bardziej złożonymi fenomenami, niż to może się wydawać w ujęciu chociażby antropologicznym. Nie są ani rzeczywistością, ani po prostu fikcją. Jak starano się wykazać, są rzeczywistością (w) fikcji, tym, co bardziej rzeczywiste niż archeologiczna akademicka codzienność. Być może, warto to ująć jeszcze inaczej, nie chodziło nam o waloryzację (wy)kreowanego obrazu archeologa, archeologii. Mass media mają i pozytywny, i negatywny wymiar, co prezentują w swoich pracach wyżej wzmiankowani archeolodzy tacy, jak: Holtorf, Fowler, Russell, Ascherson. Taka jednak perspektywa pomija kluczowe pytanie na które starano się odpowiedzieć w tej pracy o „status ontologiczny”, o to, kim lub czym są postacie zagrane przez Harrisona Forda i Angelinę Jolie.

Niech będzie nam wolno zakończyć postulatami badawczymi. By badać przejawy archeologii we współczesnym świecie, należy nie tylko przyglądać się temu, jak archeologia funkcjonuje w kinie, w kulturze popularnej. Czas najwyższy spojrzeć również na archeologię przez kino, przez kulturę popularną. Nie jest to pole łatwe, a tym bardziej banalne, za jakowe czasem jest uważane. Jest zarazem zbyt cenne, by je bez walki pozostawić socjologom, antropologom kulturowym czy też filozofom. Niejedną lekcję z kultury popularnej powinniśmy przemyśleć. Jedną z nich są — być może — słowa Morfeusza z *Matrixa*: „Co to znaczy: «prawdziwe»? Jak możesz zdefiniować «rzeczywistość»? Jeśli mówisz o tym, co możesz poczuć, co możesz powąchać, spróbować lub zobaczyć, to rzeczywistość jest tylko elektrycznymi impulsami interpretowanymi przez twój mózg”.

BIBLIOGRAFIA

- Ascherson N. 2004. Archaeology and the British media, (w:) *Public archaeology*, red. N. Merriman, London, s. 145–158.
- Baudrillard J. 2005. *Symulakry i symulacje*, Warszawa.
- Bauman Z. 2006. *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, Warszawa.
- Blockey M. 1999. Archaeological reconstructions and the community in the UK, (w:) *The constructed past. Experimental archaeology, education and the public*, red. P.G. Planel, P.G. Stone, London, s. 15–34.
- Bolin H. (red.) 2004. *Doing archaeology in popular culture*, Huddinge.
- Brzostowicz M. 2007. *Otwarcie grodu słowiańskiego w Łądzie nad Wartą*, „Rocznik Koniński” t. XVI, s. 379–384.

- Fagan G. 2006. Diagnosing pseudoarchaeology, (w:) *Archaeological fantasies: how pseudoarchaeology misrepresents the past and misleads the public*, red. G. Fagan, London-New York, s. 23–46.
- Faulkner N. 2000. *Archaeology from below*, "Public Archaeology" t. I(1), s. 21–33.
- Fowler P. 2007. Not archaeology and the media, (w:) *Archaeology and the media*, red. T. Clark, M. Brittain, Walnut Creek, s. 89–107.
- Freud Z. 1997. *Wstęp do psychoanalizy*, Warszawa.
- Hegel G.W. 1967. *Wykłady o estetyce, t. III*, Warszawa.
- Holtorf C. 2005. *From Stonehenge to Las Vegas. Archaeology as popular culture*, Walnut Creek.
2006. Experiencing archaeology in the dream society, (w:) *Images, representations and heritage. Moving beyond modern approaches to archaeology*, red. I. Russell, New York, s. 161–175.
2007. *Archaeology is a brand! The meaning of archaeology in contemporary popular culture*, Oxford.
2008. *Can you hear me at the back? Archaeology, communication and society*, "European Journal of Archaeology" t. X(2–3), s. 149–165.
- Jasiewicz K., Olędzki Ł. 2004. Przeszłość w przestrzeni ludycznej — szkic o krajobrazie neopoganizmu w Polsce, (w:) *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań, s. 87–102.
- Jensen R. 1999. *The dream society. How the coming shift from information to imagination will transform your business*, New York.
- Jordan P. 1981. Archaeology and television, (w:) *Antiquity and man. Essays in honour of Glyn Daniel*, red. I. Evans, B. Cunliffe, C. Renfrew, London, s. 207–213.
- Kristiansen K. 2008. *Should archaeology be in the service of 'popular culture'? A theoretical and political critique of Cornelius Holtorf's vision of archaeology*, "Antiquity" t. LXXXII, s. 488–490.
- Kulik K. 2003. *Same story, different spin? British national press coverage of the 1998 hominid discovery in Sterkfontein, South Africa*. Niepublikowany manuskrypt w posiadaniu autora.
- Lacan J. 1991. *Le séminaire. Livre VIII. Le transfert, 1961–1962*, red. J.A. Miller, Paris.
- Nordström K., Ridderstrale J. 2001. *Funky biznes. Taniec talentu z kapitałem*, Warszawa.
- McDavid C. 2004. Towards a more democratic archaeology? The internet and public archaeological practice, (w:) *Public archaeology*, red. N. Merriman, London, s. 159–170.
- McGowan T. 2008. *Realne spojrzenie. Teoria filmu po Lacanie*, Warszawa.
- Merriman N. 2004a. Involving the public in museum archaeology, (w:) *Public archaeology*, red. N. Merriman, London, s. 85–108.
- Merriman N. (red.) 2004b. *Public archaeology*, London.
- Meskell L. 2004. *Object worlds in Ancient Egypt: material biographies past and present*, Oxford.
- Mikurda K. 2007. Movie Žižek, (w:) Slavoj Žižek. *Lacrimae rerum. Kieslowski, Hitchcock, Tarkowski, Lynch*, Kraków, s. 1–9.
- Pawleta M. 2008. *Szanuj swoich przodków i dbaj o ich szczątki. Archeolodzy a neopoganie wobec kwestii obchodzenia się ze szczątkami zmarłych na przykładzie „reburial issue” w Wielkiej Brytanii*, „Przegląd Archeologiczny” t. LVI, s. 127–145.
- Paynton C. 2002. *Public perception and 'pop archaeology': a study of current attitudes toward televised archaeology in Britain*, "The SAA Archaeological Record" t. II(2), s. 33–36.
- Pine J., Gilmore J. 1999. *The experience economy. Work is theatre and every business a stage*, Boston.
- 2007 *Authenticity: what consumers really want*, Boston.
- Ramos M., Duganne D. 2000. *Exploring public perception and attitudes about archaeology*. Raport Harris Interactive dla The Society for American Archaeology, Internet: <http://saa.org/Portals/0/SAA/pubedu/nrptdraft4.pdf>, dostęp 7.05 2010 r.
- Renfrew C., Bahn P. 2002. *Archeologia. Metody, teoria, praktyka*, Warszawa.
- Rączkowski W. 2005. *Sobota na grodzisku — tradycja czy potrzeba?*, Sławno.
- Russell M. 2002. No more heroes any more: the dangerous world of the pop culture archaeologist, (w:) *Digging holes in popular culture. Archaeology and science fiction*, red. M. Russell, Oxford-Oakville, s. 38–54.
- Schadla-Hall T. 2006. Public archaeology in the twenty-first century, (w:) *A future for archaeology: the past in the present*, red. R. Layton, S. Shennan, P.G. Stone, London, s. 75–82.
- Schnapp A. 1996. *The discovery of the past: the origins of archaeology*, London.
- Schmitt B. 2003. *Customer experience management*, New York.

Wróblewska L. 2008. Sobota na grodzisku... kłopotliwy podarunek, (w:) *Historia i kultura Ziemi Sławieńskiej, tom VII, Gmina Sławno*, red. W. Rączkowski, J. Sroka, Gdynia, s. 327–340.

Žižek S. 2001. *Plaga fantazji*, Wrocław.

2003. *Patrzac z ukosa. Do Lacana przez kulturę popularną*, Warszawa.

2004. *A cup of decaf reality*, Internet: <http://www.lacan.com/zizekdecaf.htm>, dostęp 5.05.2010 r.

2010. *Jak Hollywood ukrywa okropności wojny*, Internet: <http://www.krytykapolityczna.pl/Opinie/Zizek-Jak-Hollywood-ukrywa-okropnosci-wojny/menu-id-1.html>, dostęp 5.05.2010 r.

Strony internetowe:

<http://indianajones.lego.com/en-US/default.aspx>, dostęp 25.01.2010 r.

<http://www.adultasiananime.com/p-3680-.aspx>, dostęp 5.05.2010 r.

<http://www.youtube.com/watch?v=Kf1A8Ukk5Us>, dostęp 25.01.2010 r.

<http://www.krytykapolityczna.pl/Opinie/Zizek-Jak-Hollywood-ukrywa-okropnosci-wojny/menu-id-1.html>, dostęp 5.05.2010 r.

<http://www.lacan.com/zizekdecaf.htm>, dostęp 5.05.2010 r.

Dawid Kobiątka

THE SOCIAL FACE OF ARCHAEOLOGY
– ON REALITY IN FICTION
(summary)

Let us begin by taking a closer look at one film in particular, “The Matrix” (1999), directed by the Wachowski brothers. Although the film is not about archaeology, there is one scene which is very significant in relation to the social perception of archaeology. Let’s recall the moment when Morpheus asks Neo about his will to exit the *matrix*. Neo has to choose between the blue and the red pill. If he takes the blue one Neo will return to the illusion created by the *matrix*. If he takes the red pill, then he will see the reality beyond the *matrix*...

This scene is interpreted by Slavoj Žižek in the documentary film entitled “The pervert’s guide to cinema” (2006) directed by Sophie Fiennes. The Slovenian philosopher points out that Morpheus’ proposition is deeply false. Why? The choice between illusion and reality is not a true choice because the *matrix* as an illusion already structures what we see and experience as reality. In other words, there is no reality without illusion, or beyond illusion. That is why the question that really needs to be addressed is not what is the truth and what is false in human life, but rather how reality appears in illusion. This would be the third way, the third pill which Žižek wants in “The pervert’s guide to cinema”. It can be claimed that the same problem Žižek sees apropos “The Matrix” we encounter in archaeology. The reservations of many archaeologists (e.g., Russell 2002; Fowler 2007; Kristiansen 2008) that the mass media and society in general, incorrectly perceive archaeology miss the point. Using the example of “The Matrix” and relying on some of Slavoj Žižek thoughts I will try to shed new light on the theme of the social (mis)perception of archaeology. According to Žižek (2010), films not only present reality or illusion. They always say something about the world, its ideology, our life. That is why film simulates reality, creates a reality more real than reality itself. This paper is about this curious reality.

Where is the reality in the illusion of archaeological image?

An archaeologist is usually identified as an adventurer, detective, a person who makes profound revelations and, finally, also as a custodian of ancient sites and finds (Holtorf 2007, chapter 5). It seems that archaeological practice day-to-day could not be more different. An archaeologist usually spends more time in the library than at excavations. For an archaeologist a true treasure is a ¹⁴C date rather than a “crystal skull” or the Ark of the Covenant. Finally, Lara Croft and her adventures have nothing to do with *true* archaeology. But, are we dealing here with an easy opposition between truth and falsehood? Or to put the issue in

a more general perspective, are we dealing here with the distinction between reality and illusion? Bearing in mind Žižek's lesson from "The pervert's guide to cinema", perhaps the time has come to approach reality in archaeological illusion. Let Morpheus enable us to see the reality in illusion...

Žižek in "Plaques of fantasies" (2001, 4) indicates a way to approach cultural and social phenomena. As he claims: "Perhaps the best way of encapsulating the gist of an epoch is to focus not on the explicit features that define its social and ideological edifices but on the disavowed ghosts that haunt it, dwelling in a mysterious region of non-existent entities which none the less persist, continue to exert their efficacy".

Such a method, from a theoretical point of view, may possibly be applied to archaeology, on condition that archaeology is treated as a cultural and social phenomenon. If archaeology is a social and cultural phenomenon, then there are two ghosts which bother it and which it tries to drive away. They are known as: Indiana Jones and Lara Croft.

Colin Renfrew and Paul Bahn (2002, 19) honestly admit: "The history of archaeology is commonly seen as the history of great discoveries: the tomb of Tutankhamen in Egypt, the lost Maya cities of Mexico, the painted caves of the Old Stone Age, such as Lascaux in France, or the remains of our human ancestors buried deep in the Olduvai Gorge in Tanzania".

Of course, the British archaeologists quickly add, these discoveries are something more than just great discoveries. They are experiences which enabled us later to build archaeology as a scientific practice. The rise of archaeology was a sophisticated process and it cannot only be seen through the events of the 19th century (Schnapp 1996). One can risk the claim that the problem with the beginnings of archaeology is precisely this: archaeology was about romantic expeditions looking for great discoveries. What drove the first archaeologists, Richard Colt Hoare, Austin Henry Layard, John Lloyd Stephens, Heinrich Schliemann or Howard Carter for example, if not the desire to discover lost civilisations?

That is why, Indiana Jones and Lara Croft — or to paraphrase Žižek's metaphor — the archaeological ghosts are *not* false images of true archaeology. What if we should see them as the place of hidden repressed truth, which returns to the subject as long as s/he tries to get rid of it? This is precisely one of the Lacanian definitions of symptom. Lacan (1991, 149) saw symptom as a coded message sent by the subject to the big Other which then returns to the subject in an inverted, that is, true form. A symptom must have an addressee. The addressee is not a real being, Lacan called him the big Other. It is an intersubjective symbolic structure, a point of reference for human action, but at the same time it does not exist as a material entity. In this sense society can also be seen as the Lacanian big Other. Society does not exist as any material entity. Society is not people but rather the symbolic relation between them.

Returning to the main point, psychoanalytical perspective helps us to understand the cause of the aversion archaeologists have in relation to the representations which materialise in heroes such as Indiana Jones and Lara Croft. They are not illusion, falsehoods of *true* archaeology. Such a statement is too *naïve* (Russell 2002; Fowler 2007, Kristiansen 2008). These two heroes are examples of the Lacanian definition of communication which is, communication is nothing more than successful misunderstanding (Žižek 2003, 53). Let us illustrate this claim. Archaeology through its academic practice sends out a message about its scientific work (e.g., Blockey 1999; McDavid 2004; Merriman 2004; Rączkowski 2005; Brzostowicz 2007). Almost every day one hears that archaeologists call for dialogue with society and the need to popularise archaeology in society. Archaeology sends the message to its addressee, to society as such or to put it in Lacanian terms, to the big Other. But what do archaeologists get in return? In return archaeologists receive their own message in an inverted, true form. Figures such as Indiana Jones and Lara Croft are the simulation of the truth of archaeology, which academic archaeology tries to dismiss. Archaeological ghosts (Indiana Jones, Lara Croft) are a symptom, the place of the hidden truth of archaeology, the reality in archaeological illusion. Cinema not only presents reality or illusion, rather it simulates reality. That is why in the last words from "The pervert's guide to cinema" Žižek highlights, "In order to understand today's world, we need cinema, literally. It's only in cinema that we get that crucial dimension which we are not ready to confront in our reality. If you are looking for what is in reality more real than reality itself, look into the cinematic fiction". Is this not also true of archaeologists' reality?

Conclusions

Contemporary faces of the past are seen through the contemporary image of archaeology which is deeply ambiguous and on many levels. Today archaeology is a cultural process. It is impossible to approach it

using only a strictly archaeological tool kit. An archaeologist needs broader scientific competences. This is not a curse but rather a hope for the future of archaeology. Perhaps the way to specialisation is not through the narrow speciality of the discipline, what if only by generality one can be a specialist?

The mass media has an enormous impact on the social perception of archaeology. More to the point, the mass media has, without a doubt, positive and negative aspects in presenting archaeology to the public. Investigating this problem was not the goal of the paper. I wanted to answer the fundamental and crucial question: who or what are the social images which have materialised in Indiana Jones and Lara Croft. Although the characters played by Harrison Ford and Angelina Jolie are fictional heroes, they nevertheless say something about reality, about a reality more real than reality itself. To quote Žižek — reality in illusion itself.

Let us end with the following statement. To effectively approach the social image of archaeology we have to focus not only on different examples of how archaeology is presented *in* cinema, *in* popular culture. The time has come to investigate archaeology also *through* cinema, *through* popular culture.

Adres autora: Instytut Prahistorii UAM, ul. Św. Marcin 78, 61–809 Poznań, email: dawidkobiątka@wp.pl